

# 市场调查与预测试题

课程代码:00178

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

## 选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

### 一、单项选择题(本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 以下关于信息的说法错误的是  
A. 信息的功能在于降低决策的不确定性  
B. 信息不同于一般物质的属性是它的时效性  
C. 信息必须与决策相联系  
D. 决策问题不同, 信息的取舍不同
2. 市场预测是一种  
A. 描述性研究      B. 探索性研究      C. 推断性研究      D. 相关性研究
3. 可以用来测量人的行为、人口统计特性、知识水平以及态度和意见的测量工具是  
A. 问卷      B. 态度量表      C. 深度询问      D. 投影技巧
4. 以下属于非正式调查的是  
A. 描述性调查      B. 探测性调查      C. 因果关系调查      D. 预测性调查
5. 下列不属于企业外部环境市场调查内容的是  
A. 企业使命      B. 人口因素      C. 经济因素      D. 社会文化因素
6. 收集原始资料最常用的方法是  
A. 文案调查法      B. 访问调查法      C. 观察调查法      D. 实验调查法

7. 以下属于预实验设计的是  
A. 简单后测设计 B. 对照后测设计 C. 对照前后测设计 D. 时间序列设计
8. 以下哪一种量表, 其测量结果可以进行分类、排序、加、减、乘、除等运算?  
A. 顺序量表 B. 类别量表 C. 等差量表 D. 等比量表
9. 适合使用代填式问卷的调查方法是  
A. 邮寄调查 B. 电话调查 C. 网络调查 D. 留置调查
10. 以下属于基础性量表的是  
A. 配对比较量表 B. 语意差别量表 C. 李克特量表 D. 评比量表
11. 以下属于非等概率抽样的是  
A. 简单随机抽样 B. 分层比例抽样 C. 等距随机抽样 D. 分层最佳抽样
12. 以下哪一种抽样方法, 多用在非正式的市场调查中?  
A. 任意抽样 B. 配额抽样 C. 简单随机抽样 D. 分群随机抽样
13. 以下关于众数的说法错误的是  
A. 可以用来描述样本数据的集中趋势 B. 众数具有唯一性  
C. 不受样本数据中极端值的影响 D. 是在总体或样本中出现频率最高的数值
14. 常用于描述类别变量数据离散程度的指标是  
A. 极差 B. 方差 C. 频率 D. 变异系数
15. 简单相关分析中, 相关系数  $r$  的取值范围是  
A.  $-1 \leq r \leq 1$  B.  $-1 < r < 1$  C.  $-1 \leq r \leq 0$  D.  $0 \leq r \leq 1$
16. 用于评估不同属性对消费者的相对重要性, 以及不同属性水平给消费者带来的效用的统计分析方法是  
A. 方差分析 B. 联合分析 C. 聚类分析 D. 因子分析
17. 对五年以上市场发展变化的预测属于  
A. 近期预测 B. 短期预测 C. 中期预测 D. 长期预测
18. 按照预测范围的不同, 市场预测可以分为  
A. 短期预测和长期预测  
B. 宏观市场预测和微观市场预测  
C. 定性预测和定量预测  
D. 国际市场预测和国内市场预测
19. 以下不属于简易平均法的是  
A. 算术平均法 B. 移动平均法 C. 加权平均法 D. 几何平均法
20. 市场研究报告在撰写摘要时, 通常不包括  
A. 报告的目的 B. 研究的局限性  
C. 研究所使用的方法 D. 研究结论

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 以下属于一次性调查的有  
A. 顾客满意度调查      B. 消费者购买行为调查      C. 广告效果调查  
D. 定期统计报表      E. 商情动态报告
22. 探测性调查的资料来源有  
A. 第二手资料      B. 统计分析      C. 逻辑推理  
D. 观察      E. 访问有识之士
23. 二手数据的来源主要有  
A. 政府机构      B. 行业团体      C. 专业调研机构  
D. 出版物      E. 电子网络
24. 实验法的基本特点有  
A. 主动性      B. 经济性      C. 客观性  
D. 复杂性      E. 控制性
25. 数据分类时应遵循的基本原则有  
A. 包容性      B. 互斥性      C. 差异性  
D. 单一性      E. 全面性

### 非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上, 不能答在试题卷上。

三、名词解释题(本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

26. 购买模式观察法  
27. 封闭式问卷  
28. 抽样分布  
29. 移动平均法

四、简答题(本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

30. 简述市场调查与预测机构的基本类型。  
31. 探测性调查适合在什么情况下使用?  
32. 简述促销调查的主要内容。

33. 电话访问法的优点和缺点是什么？
34. 市场调查工作人员的培训应包括哪些方面的内容？
35. 市场研究报告中，研究方法部分需要从哪几个方面进行阐述？

五、论述题(本大题共 1 小题，10 分)

36. 论述确定问卷调查的具体内容时应重点从哪些方面考虑。

六、计算题(本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分)

37. 某百货公司随机抽取了 12 名营业员，据调查他们在 2014 年 4 月的营业额（单位：万元）分别为 33, 29, 40, 36, 33, 30, 34, 38, 35, 36, 29, 38，请计算该销售数据样本的四分位点内距。
38. 某食品公司 2006 年至 2013 年的销售量如题 38 表所示，试用一次指数平滑法预测该公司 2014 年的销售量。（取  $S_1^{(1)} = X_1$ ,  $\alpha = 0.5$ , 计算结果保留小数点后两位）

单位：万吨

年份	2004	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
销售量	120	160	250	220	280	370	380	460

题 38 表